

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan desain penelitian survey. Penelitian ini bertujuan menggambarkan tentang suatu keadaan secara objektif.

Penelitian ini diolah menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan nilai-nilai dari perubahan yang dapat dinyatakan dalam angka (*scoring*).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di cabang toko Bakpiaku yang berlokasi di Jl. Gajah Mada no. 60 Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian

Penyusunan dan pengambilan data dilaksanakan pada September 2018 sampai Mei 2019

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik simpulannya (Sugiyono, 2013:61).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di cabang toko Bakpiaku jalan Gajah Mada no. 60 Yogyakarta. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini adalah cabang toko yang berada di tengah kota Yogyakarta, dan tidak banyak pesaing toko oleh-oleh lainnya di sekitar toko Bakpiaku, serta jarak toko yang tidak terlalu jauh dengan kawasan penginapan hotel dan kawasan wisata Malioboro. Pada bulan Desember 2018 jumlah pengunjung cabang toko Bakpiaku di Jalan Gajah Mada no.60 berjumlah 400 pengunjung.

2. Sampel

Sampel yang diambil harus mewakili semua karakteristik yang terdapat pada populasi dimana kesimpulan tersebut akan berlaku. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Insidental Sampling*. Teknik ini dilakukan dengan cara memilih sampel secara kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan ditemui peneliti di lokasi penelitian yaitu di toko Bakpiaku. Penentuan jumlah sampel ini menggunakan rumus dari Taro Yamane (dalam Riduwan dan Kuncoro, 2007:44) yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi (pengunjung dalam 1 bulan)

D2 = presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%).

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah minimal sampel yang datang dalam 1 bulan sebagai berikut :

$$n = \frac{400}{400 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$$n = 400/5 = 80$$

Jadi jumlah minimal sampel pengunjung yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 responden yaitu konsumen yang datang ke cabang toko oleh-oleh Bakpiaku.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:38).

1. Variabel bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang akan mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini, yaitu :
 - a. Pengetahuan konsumen (X1). Menurut Ujang Sumarwan (2011:147) pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen dalam keputusan pembelian yang meliputi pengetahuan produk, pengetahuan manfaat produk dan pengetahuan pembelian produk.
 - b. Sikap konsumen (X2). Sikap menurut Soekidjo Hotoatmodjo (2003) merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Sikap tergantung pada sistem nilai dari seorang individu yang mewakili standar pribadi tentang baik dan buruk, benar dan salah, oleh karena itu sikap cenderung lebih tahan lama dan kompleks

dibandingkan dengan kepercayaan Dalam hal sikap, dapat dibagi dalam berbagai tingkatan meliputi menerima, merespon, menghargai dan tanggung jawab.

2. Variabel terikat (*Dependent Variable*) pada penelitian ini, yaitu :

a. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk dapat memilih merek yang disukai dari beberapa alternative yang ada dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan. Proses pengambilan keputusan tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas lima tahap yaitu Pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif dan keputusan pembelian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang relevan, akurat, dan reliabel. Untuk melaksanakan penelitian dan memperoleh data, maka perlu ditentukann metode pengumpulan data yang akan digunakan. Pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan instrument yang relevan untuk memecahkan masalah. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode :

1. Observasi

Metode observasi dilakukan dengan jalan peneliti terjun langsung kelapangan untuk mengamati dan mengumpulkan data. Observasi ini

dilakukan untuk memperoleh informasi lokasi unit usaha, kegiatan produksi, peralatan dan sarana prasarana penunjang lainnya. Observasi tidak terbatas pada orang saja, tetapi juga obyek-obyek alam lainnya. Menurut Sugiyono (2013:204) dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi dua, antara lain:

- a. *Participant observation* (observasi berperan serta) Dalam observasi ini, peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.
- b. *Non participant observation* (observasi non partisipan) dalam observasi ini tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independent.

Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipan.

2. Tes

Menurut Endang Mulyatiningsih (2011:25) tes merupakan pengumpulan data penelitian yang berfungsi untuk mengukur kemampuan seseorang. Metode tes “*true false*” digunakan untuk mengukur pengetahuan konsumen yang sedang membeli produk di Bakpiaku.

Jawaban setiap butir tes mempunyai tingkat penilaian dengan kriteria yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Skor Tes Pengetahuan Konsumen

No	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Benar	1
2.	Salah	0

3. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2010: 146) Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Suharsimi Arikunto (2000:134) menjelaskan, instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Instrumen penelitian diartikan sebagai ‘‘alat bantu’’ merupakan saran yang dapat diwujudkan dalam bentuk benda, misalnya angket (*questionnaire*), daftar cocok (*checklist*), atau pedoman wawancara (*interview guide*), lembar pengamatan atau panduan pengamatan, tes, *inventory*, skala (*scale*), dan sebagainya. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yang berisikan butir-butir pertanyaan yang harus dijawab oleh pelanggan yang akan dijadikan data penelitian.

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, untuk mengukur sikap digunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2005: 93). Jumlah pertanyaan yang akan digunakan dalam angket ini terdiri dari penilaian dan respon konsumen terhadap produk Bakpiaku. Dengan Skala *Likert* tersebut maka variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan

sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan.

Jawaban setiap butir instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai tingkat penilaian dengan kriteria yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Skor Instrumen Penelitian Sikap Konsumen

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak setuju	2
4	Sangat tidak setuju	1

Kuesioner sebelum dibuat terlebih dahulu menyusun kisi-kisi instrument, hal ini akan digunakan untuk memandu dalam pembuatan kuesioner. Kisi- kisi tersebut dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Pengetahuan dan Sikap Konsumen

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Butir
Pengetahuan dan Sikap Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Oleh-oleh di Bakpiaku	Pengetahuan Konsumen	Pengetahuan tentang produk	a. Kategori produk	1,
			b. Bentuk produk	2,3
			c. Model Produk	4,5
		Pengetahuan pembelian produk	a. Pengetahuan tentang toko	1
			b. Lokasi produk dalam toko	2,3
		Pengetahuan pemakaian produk	a. Manfaat dalam produk	1,
	b. Atribut produk		2,3	
	Sikap Konsumen	Menerima	a. Ketertarikan	1
			b. Mau mengkonsumsi	2
		Merespon	a. Memberi pernyataan	3
			b. Memberi tanggapan	4
		Menghargai	a. Mengajak	5
			b. Mempengaruhi	6
	Tanggung Jawab	a. Tetap mengkonsumsi meski sudah mengetahui dampaknya	7	
		b. Mau menerima resiko	8	
	Keputusan Pembelian	Pengenalan masalah	a. Kebutuhan konsumen	1
		Pencarian informasi	b. Lingkungan sekitar	2
		Evaluasi Alternatif	c. Perbandingan dengan produk lain	3
Keputusan Pembelian		d. Sesuai dengan selera atau saran dari orang lain	4	
Pasca Pembelian		e. Kepuasan terhadap produk	5,6	

4. Uji Coba Instrumen

Langkah yang digunakan untuk mengungkapkan apakah instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini dapat mengumpulkan data atau informasi yang tepat dan relevan bagi variabel dan masalah yang dibahas, maka dibutuhkan pengujian untuk mengukur kualitas data tersebut. Untuk itu perlu diketahui validitas instrumen dan reliabilitas instrumen dari alat ukur yang dipergunakan. Uji validitas instrumen dilakukan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya, sedangkan uji reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.

1. Uji Validitas

Validitas berkaitan dengan ketepatan keberartian komponen penelitian, jika dikaitkan dengan butir soal sebagai alat ukur, maka validitas merupakan ketepatan alat ukur dengan hal yang diukur. Jika butir soal dijawab benar bernilai 1 dan salah bernilai 0 di hitung dengan menggunakan teknik *Korelasi Point Biserial* (Koyan, 2012:56). Rumus yang digunakan untuk menghitung *Korelasi Point Biserial* sebagai berikut :

$$r_{pbi} = \frac{M_p - M_t}{S_t} \sqrt{\frac{p}{q}}$$

Keterangan :

r_{pbi} = koefisien *korelasi point biserial*

M_p = rerata skor dari subjek yang menjawab benar pada butir soal

M_t = rerata skor pada tes dari peserta tes yang memiliki jawaban salah pada butir soal

S_t = standar deviasi dari skor total

P = proporsi peserta tes yang menjawab benar pada butir soal (banyaknya peserta yang menjawab benar dibagi dengan jumlah seluruh peserta)

Q = proporsi peserta didik yang menjawab salah ($q = 1 - p$)

Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat nilai dari r-hitung. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung \geq r-tabel. Uji validitas kuesioner menggunakan 30 responden dan mengambil responden dari konsumen yang melakukan pembelian di toko oleh-oleh Bakpiaku. Nilai r-tabel, taraf signifikan 5% sebesar 0,361 (didapat dari tabel nilai r produk moment). Hasil uji validitas berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 24.0 terhadap 30 responden, sebagai berikut :

a. Pengetahuan Konsumen

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen Pengetahuan Konsumen

	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Pengetahuan produk			
Butir 1	0,495	0,361	Valid
Butir 2	0,389	0,361	Valid
Butir 3	0,440	0,361	Valid
Butir 4	0,419	0,361	Valid
Butir 5	0,442	0,361	Valid
Pengetahuan Pembelian Produk			
Butir 1	0,442	0,361	Valid
Butir 2	0,586	0,361	Valid
Butir 3	0,495	0,361	Valid
Pengetahuan Pemakaian Produk			
Butir 1	0,134	0,361	Tidak valid
Butir 2	0,495	0,361	Valid
Butir 3	0,495	0,361	Valid
Butir 4	0,480	0,361	Valid

b. Sikap Konsumen

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Instrumen Sikap Konsumen

	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Butir 1	0,525	0,361	Valid
Butir 2	0,526	0,361	Valid
Butir 3	0,523	0,361	Valid
Butir 4	0,603	0,361	Valid
Butir 5	0,558	0,361	Valid
Butir 6	0,491	0,361	Valid
Butir 7	0,549	0,361	Valid
Butir 8	0,550	0,361	Valid

c. Keputusan Pembelian

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian

	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Butir 1	0,696	0,361	Valid
Butir 2	0,534	0,361	Valid
Butir 3	0,604	0,361	Valid
Butir 4	0,571	0,361	Valid
Butir 5	0,686	0,361	Valid
Butir 6	0,698	0,361	Valid

Pada tabel uji validitas dapat diketahui dari keseluruhan 26 butir soal didapat 1 butir soal tidak valid. Soal pertanyaan yang valid akan digunakan sebagai soal pada angket yang akan disebar untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Besarnya koefisien reliabilitas suatu instrumen adalah perbandingan antara varian skor sebenarnya dengan skor hasil pengukuran. Besarnya koefisien reliabilitas masing-masing variabel dihitung dengan menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* (Purwanto, 2007:181).

Uji reliabilitas ini menggunakan rumus koefisien alpha dengan rumus sebagai berikut.

$$r_{1.1} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{SD_t^2 - \sum SD_i^2}{SD_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{1.1}$ = koefisien reliabilitas perangkat tes

K = Banyak butir tes

SD_i^2 = varians skor tiap butir (item)

SD_t^2 = varian skor total

Tingkat reliabilitas instrumen dapat diketahui dari nilai r sebagai berikut :

Tabel 7. Tingkat Keandalan Instrumen

$r \leq 0,20$	= sangat rendah
$0,20 < r \leq 0,40$	= rendah
$0,40 < r \leq 0,60$	= sedang
$0,60 < r \leq 0,80$	= tinggi
$0,80 < r \leq 1,00$	= sangat tinggi

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Sub Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan	Interprestasi
Pengetahuan Konsumen	0,650	Reliabel	Tinggi
Sikap Konsumen	0,637	Reliabel	Tinggi
Keputusan Pembelian	0,685	Reliabel	Tinggi

5. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan statistik parametrik yang meliputi teknik analisis data sebagai berikut :

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data

yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Data yang diolah dianalisis menggunakan analisis deskriptif yang tabel distribusi frekuensi, *Mean* (rata-rata), *Median* (Me), *Modus* (Mo), dan Simpangan Baku (SD). Harga-harga tersebut dapat dikategorikan dalam tiga klasifikasi sebagai berikut:

Tabel 9. Kategori Pengukuran Variabel

No	Interval	Kategori
1	$X \geq (Mi + 2 SDi)$	Tinggi
2	$Mi-1 SDi \leq X \leq (Mi + 1 SDi)$	Sedang
3	$X \leq (Mi - 2 SDi)$	Rendah

(Suharsimi Arikunto, 2009)

Kategori tersebut disusun berdasarkan kurva normal dengan menggunakan skor ideal dari instrumen masing-masing variabel, dengan formulasi sebagai berikut: $Mi = \frac{1}{2}$ (nilai maksimum + nilai minimum), $S = \frac{1}{6}$ (nilai maksimum – nilai minimum)

2. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data/titik pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas apabila

data menyebar disekitar garis diagonal atau grafik histogramnya (Dyah Nirmala A.J.,2012: 35-36).

Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov (Sugiyono, 2008:152) sebagai berikut:

$$K_D = 1,36 \sqrt{\frac{n_1+n_2}{n_1n_2}}$$

Keterangan:

K_D = Harga Kolmogorov-Smirnov

n_2 = Jumlah sampel yang diobservasikan atau diperoleh

n_1 = Jumlah sampel yang diharapkan

b. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier. Uji linier ini digunakan dengan menggunakan garis regresi dengan taraf signifikan 5%.

Dalam uji ini digunakan rumus (Sutrisno Hadi, 2000:26)

$$F_{reg} = \frac{R^2 (N-n-1)}{n(1-R^2)} = \frac{RK_{rog}}{RK_{res}}$$

Keterangan:

F_{reg} = Harga F regresi

N = Cacah kasus (jumlah responden)

n = Cacah Prediktor (jumlah variabel)

R = Koefisien korelasi antara kriterium dengan prediktor

RK_{rog} = Rerata kuadrat regresi

RK_{res} = Rerata kuadrat residu

Jika harga signifikan kurang dari taraf signifikan 5% maka hubungannya bersifat tidak linier, sebaliknya jika nilai signifikan lebih dari atau sama dengan taraf signifikan yang ditentukan adalah 5% maka hubungannya bersifat linier.

3. Uji Regresi Ganda

Analisis regresi sederhana untuk mengetahui peranan dua variabel independent terhadap variabel dependent. Menurut Sugiyono (2005:244) rumus persamaan regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

A = Konstanta

B₁ = Koefisien pengetahuan konsumen

B₂ = koefisien sikap konsumen

X₁ = Pengetahuan konsumen

X₂ = Sikap konsumen

E = Error

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis product moment, regresi linier sederhana dan analisis korelasi. Tujuan analisa hipotesis pertama untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis dua variabel yaitu pengetahuan konsumen dan sikap konsumen. Tujuan

analisa hipotesis kedua untuk mendeskripsikan sikap konsumen dalam melakukan keputusan pembelian ada atau tidaknya hubungan pengetahuan yang dimiliki dengan sikap yang ditunjukkan.

a) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka H_0 ditolak, artinya variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel, maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ali Muhson, 2015:30)

$$F = \frac{R^2 (N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan :

F = harga F hitung
N = jumlah data
M = jumlah prediktor
R = koefisien korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat
(Sugiyono, 2015:286)

b) Uji Signifikasi t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi

variabel dependen. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (pengetahuan konsumen dan sikap konsumen) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial. Rumus untuk mencari uji t, adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan

T = harga t hitung
R = koefisien korelasi
N = jumlah responden
r² = koefisien kuadrat
(Sugiyono, 2015:230)

c) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) artinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai R² yang mendekati 1 berarti kemampuan variabel bebas memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat secara simultan (Ali Muhson, 2015:30)